

УДК 378:001

С.Б. Семенюк канд. екон. наук, доц.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

S.B. Semenjuk Ph.D, Assoc. Prof.

BEHAVIOR OF CONSUMER EDUCATIONAL SERVICES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

В ринкових умовах функціонування успішним буде той освітній заклад, який буде зосереджувати свою увагу на задоволенні потреб споживача.

Споживачами освітніх послуг вищих навчальних закладів (ВНЗ) є студенти. Хоча тут доцільно вдатися до розмежування понять «покупець» і «споживач». Безпосереднім споживачем освітніх послуг все-таки є певна особа - студент, слухач, але він не завжди є одночасно й покупцем. Покупця освітніх послуг можна розглядати як джерело фінансування. Тут можна виділити такі джерела фінансування: власні кошти споживачів (їхніх батьків), кошти юридичних і фізичних осіб, а також держави, яка оплачує навчання студентів за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, міністерств і відомств.

На сьогоднішній день у ВНЗ виділяють різні форми реагування на потреби споживачів.

1. Ставлення до студентів, випускників, батьків. Кожен контакт має значення, тому потрібно реагувати на потреби всіх учасників цього ринку.

2. Прогнозування коротко- і довгострокових інтересів споживачів і відповідно до цього потрібно здійснювати стратегічне планування способів задоволення цих інтересів.

3. Спрямовання маркетингових зусиль на задоволення потреб реальних і потенційних споживачів, в тому числі розробка стратегій ціноутворення, просування та ін..

Вищі навчальні заклади, які реагують на потреби своїх споживачів, намагаються якнайкраще задовольнити їхні очікування, отримують конкурентні переваги на ринку освітніх послуг. Можна виділити наступні рівні задоволення споживача:

- якщо робота ВНЗ не відповідає очікуванням споживача, тоді він не задоволений, тому й може переосмислити своє ставлення до навчального закладу, і, як наслідок, може погано відзиватись про навчальний заклад або ж перевестись до іншого ВНЗ;

- послуги ВНЗ повністю відповідають очікуванням споживача, тоді студент задоволений і буде позитивно відзиватись про цей навчальний заклад;

- освітні послуги ВНЗ перевершують очікування, такі студенти задоволені рівнем викладання в освітньому закладі, відчують свою значимість і стають найкращою рекламою для навчального закладу.

Звичайно, різні цільові аудиторії та споживачі можуть мати різні очікування та по-різному сприймати ефективність роботи ВНЗ. Батьки можуть фокусуватись на результатах навчання, тоді як студенти будуть вимагати цікавих і змістовних лекцій, а роботодавці – викладання тих дисциплін, які актуальні для ринку праці. Тому ефективним буде діяльність того ВНЗ, який буде реагувати на потреби споживачів різних цільових аудиторій, намагаючись максимально задовольнити їхні очікування.